

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号
特開2001-175767
(P2001-175767A)

(43) 公開日 平成13年6月29日 (2001. 6. 29)

(51) IntCl. ⁷	識別記号	F I	テーマコード* (参考)
G 0 6 F 17/60	3 1 4	G 0 6 F 17/60	3 1 4
	Z E C		Z E C
	3 0 6		3 0 6
	5 0 4		5 0 4

審査請求 有 請求項の数22 O L (全 16 頁)

(21) 出願番号 特願2000-181956 (P2000-181956)

(22) 出願日 平成12年6月16日 (2000. 6. 16)

(31) 優先権主張番号 09/452499

(32) 優先日 平成11年12月1日 (1999. 12. 1)

(33) 優先権主張国 米国 (U S)

(71) 出願人 500283011

ウイアトン スティール コーポレイション

アメリカ合衆国 ウェストバージニア州
26062 ウイアトン スプリングス・ドライブ 4003

(72) 発明者 バトリック ビー スチュワート

アメリカ合衆国 ペンシルベニア州
15143 スウィックリー ビーパー・クリーク・コート 127

(74) 代理人 100088454

弁理士 加藤 敏一郎

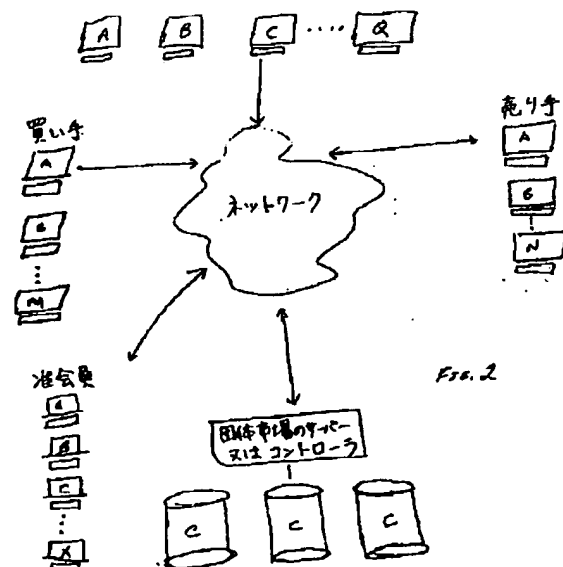
最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 対話式商取引を行う団体のためのシステム及び方法

(57) 【要約】 (修正有)

【課題】 金属業界で見られるような製品の買い手と売り手が情報に基づいた決定をタイミングよく行うために最も関連のある所望の情報へのアクセスを可能にする専用マーケットを提供する。

【解決手段】 通信ネットワークを介して団体の複数の指定会員間でリアルタイムの取引を可能にする団体市場ネットワークシステムにおいて、准会員は、団体市場のサーバーへアクセスするために登録する際、特に興味ある記事及びカテゴリー又はビジネスの局面を選択するために、各自のユーザープロフィールを一組のプロフィール選択基準を用いて個別に制作する。サーバーは、准会員のプロフィールに基づいて、選択されなかった情報をフィルターにより除去し、指定された情報だけを提示することで准会員がチェックできるようにする。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 通信ネットワークを介して団体の複数の指定会員間でリアルタイムの取引を可能にする団体市場ネットワークシステムであって、通信ネットワークを介して前記複数の指定会員の各々と通信を行うためのコントローラと、情報記事を含むデータベースと、団体の各会員を所定のプロフィール選択基準に従って識別する手段とより成り、前記団体の会員は少なくとも准会員、売り手会員及び買い手会員より成り、前記コントローラは団体の前記会員が前記識別手段に従ってアクセスする一組の指定された情報記事をデータベースから選択する手段を有し、さらに、前記コントローラと作動的に接続され、少なくとも1人の前記売り手会員からの少なくとも1人の前記買い手会員によるアクセスが可能な売り手の取引情報を提供するようにプログラムされた少なくとも1つの売り手コンピュータと、選択された売り手の取引情報を前記識別手段に従って前記売り手会員に表示する手段と、前記少なくとも1つの売り手コンピュータと作動的に接続されて、前記買い手会員の1人が発する前記売り手会員の1人から製品を購入する注文を受ける受注手段とより成るシステム。

【請求項2】 前記識別手段はさらに、前記買い手会員を資格のある買い手会員と資格のない買い手会員とに分類する手段より成る請求項1の団体市場ネットワークシステム。

【請求項3】 売り手の取引情報は、売り手の製品情報と、売り手の場所情報と、売り手の財務情報の少なくとも1つより成る請求項1の団体市場ネットワークシステム。

【請求項4】 選択された売り手の取引情報を表示する前記手段は、製品の品質、製品の等級、製品の寸法、製品の価格及び製品の配送情報のうちの1つまたはそれ以上を含む売り手の製品情報を表示する手段より成る請求項3の団体市場ネットワークシステム。

【請求項5】 前記売り手の製品情報は売り手の製品カタログより成る請求項3の団体市場ネットワークシステム。

【請求項6】 団体の複数指定会員は金属業界を代表する請求項1の団体市場ネットワークシステム。

【請求項7】 金属業界は鉄鋼業界であり、団体市場ネットワークシステムは鉄鋼業界の団体の個々の会員間において前記識別手段に従ってリアルタイムで情報の転送及び製品の移送を可能にする請求項6の団体市場ネットワークシステム。

【請求項8】 団体市場ネットワークシステムはWWW上のサイトであり、コントローラは少なくとも1つのサーバーコンピュータであり、前記情報記事のデータベース及び受信した前記識別情報は少なくとも1つのサーバーコンピュータ上に保存される請求項6の団体市場ネットワークシステム。

【請求項9】 前記所定のプロフィール選択基準は、会員名、会員パスワード、複数の情報記事カテゴリ及び団体の複数の市場セグメントの少なくとも1つより成る請求項8の団体市場ネットワークシステム。

【請求項10】 前記所定のプロフィール選択基準はさらに、ニュースのカテゴリの選択手段、業界ビジネス情報の選択手段または団体の業界団体の選択手段の内の1つまたはその以上より成る請求項1の団体市場ネットワークシステム。

10 【請求項11】 売り手の製品カタログは、製品のタイプ、製品の品質、製品の等級、製品の寸法及び製品の製造場所のうちの1つ又は2以上よりなる請求項5の団体市場ネットワークシステム。

【請求項12】 売り手の製品カタログは、製品の価格カテゴリを含み、このカテゴリはさらに固定価格カタログとオークションカタログとより成る請求項11の団体市場ネットワークシステム。

20 【請求項13】 製品のタイプ、製品の品質、製品の等級、製品の寸法及び製品の製造場所のうちの前記少なくとも1又は2以上のカテゴリは、前記識別手段に応じて前記買い手会員より選択的に表示される請求項11の団体市場ネットワークシステム。

【請求項14】 前記識別手段はさらに、前記買い手会員を資格のある買い手会員と資格のない買い手会員に分類する手段より成り、これにより、売り手の製品カタログが資格のある買い手会員だけに選択的に表示される請求項13の団体市場ネットワークシステム。

30 【請求項15】 団体の複数の指定会員は鉄鋼業界を代表し、団体市場ネットワークシステムは鉄鋼業界の団体の個々の会員間において前記識別手段に従ってリアルタイムで情報の転送及び製品の移送を可能にする請求項13の団体市場ネットワーク。

【請求項16】 前記識別手段はさらに、前記買い手会員を資格のある買い手会員と資格のない買い手会員に分類する手段より成り、これにより、売り手の製品カタログが資格のある買い手会員だけに選択的に表示される請求項15の団体市場ネットワークシステム。

40 【請求項17】 売り手の製品カタログは、製品の価格カテゴリを含み、このカテゴリはさらに固定価格カタログとオークションカタログとより成る請求項16の団体市場ネットワークシステム。

【請求項18】 製品のタイプの前記少なくとも1又は2以上のカテゴリは、熱間圧延鋼コイル、冷間圧延鋼コイル及び亜鉛メッキ鋼コイルを含む請求項17の団体市場ネットワークシステム。

50 【請求項19】 閉じた通信ネットワークを介して団体の複数の指定会員間で指定された製品を売買する方法であって、前記方法はリアルタイムでの売買の決済を可能にし、さらに、データベースに情報記事を保存し、団体の前記会員から個性化されたプロフィール情報を受け取

り、受け取ったプロフィール情報に従って団体の前記会員を准会員、売り手会員又は買い手会員の1つに分類し、受け取ったプロフィール情報に応じてデータベース中の一組の情報記事を団体の前記会員に選択的に配布し、複数の製品タイプに分類された製品情報を前記売り手会員から受け取り、受け取ったプロフィール情報に従って複数の前記製品タイプの1又は2以上を前記買い手会員へ選択的に分配し、前記買い手会員の1人から前記売り手会員の1人へ製品の購入メッセージを送信し、前記買い手会員の1人と前記売り手会員の1人の間でその製品の売買取引を記録するステップより成る方法。

【請求項20】 データベースに情報記事を保存するステップは、前記情報記事をニュース記事、団体のビジネス情報記事又は団体の業界団体情報記事のうちの1または2以上に分類するステップより成る請求項19の方法。

【請求項21】 団体の会員から個性化されたプロフィール情報を受け取るステップは、ニュースカテゴリーのプロフィールの選択、団体のビジネス情報の選択又は団体の業界団体プロフィールの選択のうちの1又は2以上の選択を団体の前記会員について行い、団体の少なくとも1つの会員から選択した少なくとも1つのプロフィールを受け取り、閉じた通信ネットワークのコントローラに選択した前記プロフィールを記録し保存することによって団体の各会員の個性化されたプロフィールを形成するステップより成る請求項19の方法。

【請求項22】 団体の会員を分類するステップは、買い手会員を資格のある買い手会員と、資格のない買い手会員とに分類するステップをさらに含む請求項19の方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の背景】1. 発明の分野

本発明は、一般的に、共通マーケットにおける生産品及び／または商品の対話形式による売買に関し、さらに詳細には、金属業界内におけるオンライン商取引用団体の形成に関する。

【0002】2. 従来技術の説明

金属業界、特に鉄鋼業界における生産品の売買には、買い手が必要とする特定種類の鋼材を購入できるようにするため、対話形式で直接取引する多数レベルの買い手と売り手が関与している。例えば、一貫製鉄所または小規模圧延工場のような鋼材の製造業者は、買い手が鋼製品の製造業者であるか中間加工業者であるかを問わず、それらの買い手に、熱間及び／または冷間圧延した鋼材のような加工鋼材を提供するのが一般的である。買い手は通常、その鋼材を最終製品に変え、その生産品は別の中間加工業者または最終のユーザーへ販売される。別の例として、鋼材の製造業者が製造したある特定寸法の熱間圧延鋼コイルを中間業者が買って、その鋼材をさらに再

加工することにより最終製品にし、この最終製品が電気製品、機械製品または自動車の製造会社へ販売される。かかる中間加工業者は、鋼板の厚さ及び幅、特定の鋼材生産法に固有のある特定の材質のようなある特定の仕様及び特性を有する鋼材を必要とする。さらに、原材料である鋼材を購入してそれを別の中間加工業者または最終製品のユーザーへ販売する中間加工業者は、種々の異なるタイプの鋼材を処理して種々の異なる種類の最終製品にする。従って、中間加工業者は、最初に購入する鋼材が所望の特性を有するように複数の供給業者にアクセスすることが重要である。逆に、鋼材の製造業者もまた、これら種々の中間加工業者が購入する多数の異なる種類の原材料の鋼材を提供する。中間の買い手及び再加工業者からの需要が常に存在するため原材料の鋼材の製造業者及び売り手はこれらの鋼材を連続して製造するが、ある特定の鋼材は、買い手が直接仕様を提示して特別注文する場合がある。

【0003】一般的に金属業界、特に、鉄鋼業界では、この種の商品をこの態様で売買するのは非常に一般的である。例えば、図1は、典型的な金属業界の供給チェーンを表わす簡略化した流れ図である。供給者A、供給者B及び供給者Cと呼ぶ多数の供給者は、製造業者が原材料となる金属材料品を製造するために必要な原料を供給する。例えば、鉄鋼石をコイル状及び棒状鋼材を生産する一貫製鉄所へ供給し、またアルミニウム鉱石をアルミニウム板を製造するアルミニウム製造会社に提供する。例えば、米国には、原材料となる鋼材を製造できる鋼材業者がほぼ70社存在し、中間業者がこれらの鋼材を再加加工して消費者が最終的に使用できる製品にする。この製造業者は、一貫製鉄所または小規模圧延工場で代表されるであろう。一般的に、これらの製造業者は供給チェーン内の中間業者に鋼材を提供するが、最終製品を末端の顧客に供給するための中間の再加工業者として分類することも可能である。

【0004】通常、鉄鋼業界には4つのレベルの中間業者が存在する。これらのレベルは一般的に、鋼材が末端の顧客が使用する最終製品になるまでに施される再加加工または仕上げのレベルである。例えば、第1レベルの中間業者は、鋼材自体には何の加工処理も施さない倉庫業者であり、鋼材製造業者から他の中間業者または末端の顧客へ鋼材を移送するに当たり倉庫に保管してその移送を容易にする。

【0005】第2レベルの中間加工業者は、鋼材に基本的な再加加工を施す業者である。例えば、第2レベルの中間加工業者は48インチの鋼材コイルに「スリット」を入れて2つの別個の中間鋼材品にし、これらの鋼材は他の、または第3または第4レベルの中間加工業者が使用して最終製品を製造する。例えば、第3レベルの中間加工業者は12インチの鋼材コイルを必要とし、別の中間加工業者は36インチの鋼材を必要とするが、第2レベ

ルの中間業者は元の48インチの鋼材を再加工して第3レベルの別個の中間業者が必要とする別個の鋼材に変えることができる。上述したように、第3レベルの中間業者は通常、塗装或いは亜鉛メッキ鋼材を提供するかまたは鋼材を成形または打ち抜き加工して第4レベルの中間業者が使用できるようにする、さらに進んだ再加工鋼材にする機能を提供する。

【0006】第4レベルの中間業者は、末端ユーザーへの戦略的な供給者として特徴付けることができる。さらに別の例で言えば、第4レベルの中間業者は鋼板の再加工業者であって、鋼材を打ち抜き加工または成形することにより自動車製造会社が自動車の組立てに用いるフェンダーまたは他の自動車ボディー部品に変えるものである。第4レベルの中間業者は一般的に、詳細な製品仕様に従って末端の顧客に提供する製品を供給する製造業者である。末端の顧客は、自動車の製造業者か、または加工鋼材を組立てて顧客の製品にする他の販売業者、若しくは消費者それ自身で有り得る。従って、中間業者は供給チェーンのそれぞれ異なるレベルにおいて購入し販売することが分かる。また、上述したように、鋼材製造業者は別個の中間業者が特殊な機能としてそれ自身が提供するある特定の機能を実行することができる。従って、1つのレベルの買い手は別のレベルの売り手でもある。

【0007】従来の取引方法によると、買い手は、個々の売り手に対して、その特定の鋼材製造業者が買い手による再加工に必要な時間的制約及び価格の範囲内で所望の鋼材を製造できるか否かを照会しなければならない。買い手は、購入しなければならない鋼材を特徴付ける仕様を考えるが、それは中間業者が特定の最終製品を製造するには原材料としての特定の鋼材が必要であるからである。買い手/中間業者は通常、原材料となる鋼材を売り手から購入し、製品を顧客に販売するために順守しなければならない特定の日付までにその鋼材を最終製品に加工するに当たり従う必要のある再加工スケジュールを有する。このプロセスでは、通常、買い手が過去に取引のある個々の売り手に通知して、鋼材の仕様及び配送条件を満足することができるか否かを確かめる必要がある。もし仕様及び配送条件を満足できなければ、新しい売り手に接触する必要がある。通常、購入決定を行う際最も重要なファクターの1つは、買い手がその鋼材を購入できる価格である。鋼材の品質は重要であるが、多くの売り手が存在するため、買い手は所望の鋼材を時間通りに且つ最も低いコストで購入して、その価格構造内で最終製品を製造することが重要である。例えば、鋼材の組成または仕様が特別なものであれば、売り手/製造業者は、その特定の買い手のために特定の鋼材をその特別な特性または仕様に従って製造するに必要な製造工程を実施できるように価格を高く設定する必要があるであろう。加えて、その鋼材を売り手から買い手へ配送するロジスティックスの問題により、買い手の場所まで道

路、鉄道または水路を介して鋼材を比較的長い距離輸送しなければならない場合は高い価格設定が必要であろう。

【0008】一般的に、このタイプの商取引に影響を与えるものとして、4つの主要なファクター、即ち価格、場所及びロジスティックス（即ち、運送）、製鉄所圧延スケジュール、鋼材品質がある。そして、これら主要なファクターはそれぞれ、それら自身に付随する別個のサブファクターによる影響を受ける。従って、このマーケットの買い手及び売り手が考慮しなければならないことが種々ある。かくして、買い手は多数の形態の情報にアクセスして特定の売り手からの購入決定を情報に基づいた賢明なものにしなければならない。買い手は、最もコストの安い条件で購入を決定できるようにするため、この多量の情報を蓄積し、互に関連付け、解釈する必要がある。マーケットの供給チェーンの各当事者は、何れの末端ユーザーが何れの鋼材を必要とするようになるかのような業界内のトレンドを予想するだけでなく、何れの売り手がこれらの仕事の実行に必要な鋼材を製造できるか、と言うような知識を持つ必要がある。一般的に、金属市場は、末端製品の市場が供給チェーンに沿う商品の流れを決定するという意味において需要主導型である。従って、何れの売り手が所望の鋼材を供給できるかを知るだけでなく、典型的な金属業界内のマーケットにおける一般的なニュース及び情報は各レベルの買い手にとって重要である。例えば、特定の売り手が労働問題、運送問題または一般的な工場の問題のような特定の製造上の問題をかかえている場合、買い手は賢明な購入決定を行うにあたりその情報を評価する必要がある。従って、異なるレベルの買い手と売り手の間だけでなく供給チェーンの各レベルにおける当事者間において、この需要情報を適時に交換しなければならない。

【0009】逆に、各レベルの売り手は、同種の情報を知悉して、彼らにとっての買い手が将来、需要を満たすために必要とする特定の鋼材を製造または再加工できるような状態にある必要がある。大部分の鋼材は標準品と言える鋼材（または商品）を含む正式の「注文ブック」に従って提供されるため、売り手は、それらの鋼材のうち何れが任意所与の時点において特に商業的に重要性であるかを知るために業界のトレンドを評価しなければならない。加えて、売り手は、賢明な販売決定ができるように、何れの中間業者または他の買い手がこれらの末端ユーザーの需要を満たすことができるかを知る必要がある。例えば、供給チェーンの特定の買い手に運転資金の問題がある場合、売り手がいかなる条件であれば鋼材をその再加工業者に販売するかを知るためにこの事実を知る必要がある。従って、過去の売買の経験からであれ、売り手が以前特定の買い手に対してその鋼材の購入資格があったとしたか否かには無関係に、商業レポートサービス（Dun & Bradstreetのような）を通して得られる特別

な財務情報、またはその特定の再加工業者に関する一般的な業界ニュースは、鋼材を販売した買い手／再加工業者が早期にそれを受取り支払いを確実に実行することができるような条件を設定する上で考慮しなければならない重要なファクターである。

【0010】金属業界において現在経験されるように、買い手と売り手の双方が情報に基づくこれらの決定を行えるようにするためには、一般的なニュース、業界刊行物、財務ニュースなどのような種々の情報源から多量の情報を収集し、それらを関連付け、解釈する必要がある。現在通常行われているように、買い手はこれらの製品を購入する可能性のある特定の売り手に個々に接触しなければならない。例えば、上述した国内鉄鋼業界には、一貫製鉄所及び小規模の圧延工場が65以上存在し、それらは買い手（中間業者及び／または最終顧客であって、その数は数万）にとって購入対象となるであろう特定の鋼材を製造できる。従って、典型的な買い手は、購入決定を行うために種々の情報源から情報を収集し、それを評価しなければならない。従って、金属業界の関係者が情報に基づく決定を行うためにはそれぞれが必要とする最も関連のある適切な情報を収集できるシステムが必要とされる。

【0011】例えば、買い手が特定の購入決定を行おうとする際、資格のないある特定の売り手または中間加工業者の調査を不要にすることができれば有利であろう。何れの売り手がその再加工工場が必要とする鋼材を製造できるか否かを知ることによって、買い手はより賢明な購入決定をすることが可能となり、特定の鋼材の購入可否について尋ねるためにある特定の売り手への直接の照会を不要にできる。あるいは、売り手が多くの同一情報にアクセスできるため、その業界のトレンドを突き止めてこれらの買い手／再加工業者へ所望の鋼材を供給できるのであれば有利であろう。

【0012】近年、製品の売買取引のオンライン化により、消費者は「WWW」またはインターネットを介して書籍、コンピュータ、航空券または自動車などの消費材を購入するために多量の情報にアクセスできるようになっている。家庭用コンピュータまたはパソコンを介してインターネットにアクセスする人は、例えばキーワード・サーチを行ってこれらの種類の製品の売り手を検索するか、または特定の会社のウェブサイトを知っているのであればそのサイトに直接接触することにより、この情報にアクセスすることが可能である。これを実行するには、インターネット上で特定の製品の売り手を検索する必要があるが、買い手は大量のデータにアクセスしてそれらのデータを分析しなければならない。例えば、書籍の購入に当たっては、任意の主題の任意の種類の書籍の購入を可能にする消費者にとってアクセス可能な「amazon.com」、「barnesandnoble.com」のような人気の高いウェブサイトが存在する。しかしながら、これらのウェ

ブサイトはそれぞれ別個にアクセスした後、購入したい特定の書籍がそれらの売り手から購入可能であるか否かを知るためのサーチを必要とする。加えて、インターネット上には、買い手がウェブサイトを検索するあるいは書籍の売り手が直接買い手に接触しなければその買い手にとってその存在を知ることができない他の書籍販売業者が存在する。従って、例えば、特定の書籍を購入したい時、売り手はいづれの買い手がその在庫に含まれる特定の書籍に興味があるかは知らないであろう。かくして、インターネット上の製品の売買には、買い手と売り手との間に1対1の関係が成立することが一般的条件である。そして、特定の売り手に接触し、取引を完了するまでに、大量の情報を処理することが必要となる。

【0013】これとは対照的に、鉄鋼業界では、どの製造業者も全ての種類の原材料鋼材を生産できる訳ではないが、種々の中間業者は種々の異なる製造業者から購入しなければならない種々の鋼材を加工する能力を備えているであろう。従って、鉄鋼市場は、細分化の度合いが大きい供給チェーンの関係を有する。

【0014】従って、本発明の目的は、金属業界で見られるような製品の買い手と売り手が情報に基づいた決定をタイミングよく行うために最も関連のある所望の情報へのアクセスを可能にする専用マーケットを提供することにある。

【0015】本発明の別の目的は、ニュースを配信し、仲間を評価し、一般的な取引を実行するために種々の関係者が利用可能な「よろず取引用」市場をインターネット上に提供することにある。

【0016】本発明のさらに別の目的は、鉄鋼業界の買い手および売り手にとって関連のあるニュースが容易に手に入るオンラインシステムを提供することにある。

【0017】本発明のさらに別の目的は、何れの情報を特別にその会員へ送るようにするかを決めるパラメータを決定することにより、買い手が望ましいと思われる情報へのアクセスを可能にする手段を提供することにある。

【0018】本発明のさらに別の目的は、市場の会員間の情報及び商品の移転を含む、特定の業界内の取引を遂行するための対話形式による専用の市場を提供することにある。

【0019】

【発明の概要】上記目的は、略説すると、対話形式のオンライン市場を金属業界の買い手及び売り手に提供する本発明により達成される。特に、鉄鋼業界内において、買い手と売り手を専用のウェブサイトで引き合わせることににより、購入可能な製品及び価格並びに配送条件を含む情報が特定の売り手から買い手に提供される。本発明による対話形式の市場は、鉄鋼業界内における商品と情報の移転を含む取引のすべての局面を集積したものである。個々の買い手及び売り手はそれぞれ、彼等にとって

重要な種類の情報を個別に設定できる。会員登録プロセス時、各会員は受取る情報の種類を決定するパラメータを設定する。この団体のマーケットは、鉄鋼業界のような金属関連の団体にとって興味ある一般情報を提供し、決定プロセスにとって雑音となるにすぎない外部的情報をフィルタにより除外できる。団体の会員が情報及びアイデアを交換することにより対話形式で取引を行えるような協働プロセスにより情報を共有できる。加えて、このシステムはこの団体にとって興味ある製品の売買を容易にすることによって市場を発展させる。

【0020】本発明の一例は、団体の複数の登録会員間において通信ネットワークを介してリアルタイムによる取引を可能にするネットワーク形式の市場システムである。このシステムは、団体の複数登録会員の各々と通信ネットワークを介して通信するためのコントローラを有し、情報記事のデータベースを含む。団体の各会員を所定のプロフィール選択基準にしたがって識別する手段が設けられているが、この団体の会員には少なくとも売り手会員、買い手会員及び准会員が含まれる。コントローラは識別手段を介して提供される1セットの特定の情報記事データベースから選択するが、団体の会員はこれらの情報記事にプロフィールに従ってアクセスするため、受け取りたくない情報がフィルタにより除去される。少なくとも1つの売り手コンピュータはこのコントローラと通信するが、このコンピュータはかかる売り手会員からの売り手のビジネス情報を提供するようにプログラムされており、少なくとも一人の売り手会員によってアクセス可能である。選択された売り手のビジネス情報を識別基準に従って買い手会員へ提示する手段が設けられている。売り手のビジネス情報には、少なくとも製品情報、製造に要する時間及び運送情報が含まれるが、売り手の製品カタログは買い手会員が入手して検討することができる。売り手会員の一人から製品を購入するための注文を買い手会員の一人から受け取る受注段が、少なくとも1つの売り手コンピュータに作動的に接続されている。

【0021】通信ネットワークは、好ましくは、インターネットまたは「WWW」より成り、コントローラは、好ましくは、市場のウェブサイトのための1または2以上のサーバーより成る。識別手段はさらに、団体の個々の会員が個別ユーザープロフィールを形成するための手段を含む。

【0022】閉じた通信ネットワークを介して団体の登録会員間で特定の製品の売買を行う方法のうち、リアルタイムで売買の認証を行う方法は、データベースに情報記事を記憶させ、団体の会員から識別情報を受け取るステップより成る。団体の各会員は、受信した識別情報に従って、売り手会員、買い手会員又は准会員の1つに分類される。データベース中の情報記事セットは、受信する識別情報に従って団体の会員へ選択的に配信される。

売り手会員から受信する製品情報は複数の製品の種類に分類されて、この製品の種類が受信する識別情報に従って買い手会員にチェック可能となる。購入メッセージは買い手会員の一人から売り手会員の一人へ送信され、その製品についての買い手会員と売り手会員の一人との間の売買取引が記録される。

【0023】一般的に、団体の全ての会員は准会員として分類され、データベースから情報記事を受信する権限を有する。准会員はさらに買い手会員と売り手会員に分けられる。売り手会員は、好ましくは、通信ネットワーク内において売り手会員として登録される。通信ネットワークはWWW上のウェブサイトより成り、情報記事のデータベース、団体の個々の会員の識別情報又は会員プロフィールを保存する1または2以上のサーバーにより制御される。売り手会員はウェブサイトのコントローラ内に登録されるが、准会員及び買い手会員は1組の識別基準に応じて個々のプロフィールを制作するように促される。買い手会員は、好ましくは、製品を検討し、売り手会員からの購入を可能にするクレジットプロフィールをさらに確立することによって、権限のある買い手として登録される。さらに詳細には、売り手会員、買い手会員及び准会員の各々は会員の各カテゴリに応じた特別の利用条件に同意する必要がある。

【0024】

【好ましい実施例の詳細は説明】図面を詳細に参照して、図2は、本発明の対話式商取引を行う団体を概略的に示す。本発明において、対話式商取引を行う商業団体は、当事者としての買い手と売り手をインターネット上の1つの専用ウェブサイトで引き合わせるオンライン市場団体である。本発明のシステムは、「WWW」またはインターネット上のウェブサイトのようなオンライン市場において、金属業界のような特定の業界内の種々の個人や組織を引き合わせる。さらに詳細には、買い手、売り手及び業界の一般的取引に興味があるだけの准会員に、関連の情報にアクセスしてこれを分類・分析し、共有することのできる対話式市場が提供される。この市場団体は、満足(content)、協力(collaboration)及び商売(commerce)を実現できる、これら会員のための1つの情報源を提供する。従って、この団体内には、その内部でビジネスを行う際の全ての局面が寄せ集められている。さらに、個々の会員はその団体内における関与の仕方を個別に選択する機会を有する。一般的に准会員と呼ばれる、団体市場にアクセスする者は、さらに、買い手、売り手または情報の検討及び分析を行う一般的な准会員として自分自身をさらに特徴づけることができる。本発明の団体は、これら個々の会員を専用市場において引き合わせ、団体の会員間で商品及び情報を交換する対話式市場を提供する。

【0025】コンテンツに関しては、団体の会員にとって特に興味のあるニュース及び情報が団体の1つの領域

またはモジュールに集められる。このニュースは、種々の技術的業界誌及び刊行物により提供される財政的、技術的、政治的記事や一般的なニュース及び情報であろう。ウェブサイトの管理者は、好ましくは、コンテンツのプロバイダーがこの情報への団体の各准会員のアクセスを可能にするように取り計らうが、この情報は個々の准会員の識別情報またはプロフィールと共にウェブサイトのサーバーに保存される。

【0026】エンジニア、会計士、買い手、売り手、報道関係者のような、金属業界内の任意の会員によりこの団体は構成することができるため、各会員には彼らが受信したい情報の種類を個性化または個別に選択するための機会が与えられる。例えば、図3を参照して、団体の特定会員は、ウェブサイトにアクセスしてユーザー名及びパスワードのような一般的な登録情報を提供した後、特定の興味に応じて受信したい情報の種類を個性化することができる。その後、この准会員がユーザー名及びパスワードを入力してサーバーにログインすると、サーバーはこの情報の有効性を検証し、この情報を記録された准会員のプロフィールと照合し、そして保存されたプロ

フィールに基づいてその会員へ所望の情報を自動的に提供する。売り手会員は、好ましくは、ウェブサイトの管理者に対して直接、売り手会員として登録するが、他の准会員はさらに、例えば、売り手会員による要求される信用度プロフィールを形成して買い手会員としての資格を得ることにより買い手会員として登録することができる。さらに、任意特定の准会員は、買い手会員と売り手会員の両方又は何れかとして登録することが可能である。

【0027】さらに説明すると、トップニュースのカテゴリ内では、個々の会員は、鋼材、非鉄製品、スクラップ金属業界又は金属業界の任意種々のセグメントについて興味があるか否かを選択できる。准会員にはまた、団体の「協働」モジュール内における討論グループ及び市場へ参加したいか否かを決定する機会が与えられる。その特定業界内において、各会員はビジネス上のいかなる利益がその会員にとって価値のあるものかを選択することができる。概して、これらには、他のカテゴリーとして、一般的なビジネス情報、ロジスティックス及び運送、研究開発、環境問題、オペレーションズ、エンジニアリング、法律及び規制問題が含まれる。例えば、鉄鋼業界で働くエンジニアは法律及び規制問題あるいは一般的なビジネス情報に興味がないかもしれないが、現在研究開発中の領域及び他のエンジニアリング上の問題並びに既に発見されたかもしれないそれらの解決法に興味があるであろうし、その主題についての論文を市場のウェブサイトを介してアクセスすることが可能である。このタイプの情報は、個性化された登録記録あるいはユーザープロフィールに従って特定の会員へ送られる。図3のリストにあるようなさらに別のニュースがある特定の業

界団体により提供される場合もある。これらの業界団体の1つまたはそれ以上（全部でないかもしれないが）は特定の会員がアクセスすることができる。図3に示すイベントカレンダーは、准会員に、その特定会員にとって興味があるであろうセミナー、業界の会議、業界の展示会のような金属業界内において近々催されるようなイベントを通知することができる。会員が特定の団体内において個々の興味ある分野を個別に選択すると、この情報が団体のウェブサイトのサーバーコンピュータに記録保存され、その後これらのコンピュータはコンテンツのデータベースから同定された情報記事をユーザープロフィールを形成した際そのカテゴリーを選択した個々の会員へ選択的に配布する。

【0028】特定の会員が団体内においてそれらのユーザープロフィールを個性化した後、団体のサーバーコンピュータまたはウェブサイトのコントローラはこの情報を保存し、その特定会員が団体のウェブサイトにユーザー名及びパスワードを入力するなどしてログインすると、その会員が特定した情報だけがユーザーに提示されるようにする。好ましくは、その情報はユーザーの「受信ボックス」に送られ、ユーザーがトップニュースのような情報のコンテンツ領域の任意の1つをクリックすると、その会員へ送られた全部の情報を見ることができ。さらに、買い手として登録されていれば、後で詳説するように、製品の価格、在庫状況及び出荷時期についての情報にアクセスすることができる。図4に示すような対話式商取引を行う団体内では、各会員（買い手、売り手及び准会員）はその団体内において特定の商業利益を得るべく自由に取引できる。その団体は、准会員が、同一グループの准会員間あるいは製品の売買に関与する買い手と売り手の間で取引を行うために所望されるニュース及び情報（コンテンツ）にアクセスできるようにする。

【0029】市場の団体内において、各会員は他の会員と、彼等にとって特に重要であろう情報を共有できる。かかる協力は、ホスト主導のオンラインフォーラム、討論グループ、掲示板への情報の提示及び掲示板への情報のアクセス又は他の会員への電子メールの直接転送の形をとることができる。この協力の特徴として、団体の会員が別の会員にとって価値があると思える情報（コンテンツ）を発見する場合がある。このようにして、会員は特定の記事にアクセスし、例えば電子メールをコメント付きで別の会員に送信することができる。例えば、中間加工業者のような団体内の特定の会社に雇用されているエンジニアが、或る特定の工程を実施するためその会社が利用できる新型機械に関する価値ある情報を発見する場合がある。このエンジニアはその新型機械を評価してその情報記事を団体のウェブサイトから送信するが、その際その会社がその機械を購入する利点について述べたコメントをアタッチする場合がある。その中間加工業者

を代表するエンジニアは、その情報を、例えばその会社内の購買責任者へ送信することにより、その機械を購入する可能性について調査させることが可能である。その会社内の各会員はその記事の内容だけでなく他の会員のコメントを厳しく評価することができる。会員が売り手会員として登録された後、その売り手会員は製造可能な特定の製品に関する情報を含む売り手のカタログを編集するか、または中間加工業者の場合は、在庫に含まれる特定価格で販売中の製品をリストした社内用電子メール（又は社外用電子メール）を別の関係者に送信するのが好ましい。その製品情報は、買い手会員としての登録資格を有しそれら特定商品の購入に興味のある買い手会員が利用できる。興味のない製品情報をフィルターにより除去するため、買い手会員のプロフィールは、ウェブサイトのサーバー内において、買い手に固有のプロフィールを反映しない特定売り手会員の売り手カタログ内のそれらの製品を排除するように作用する。かくして、団体市場にアクセスする際、ニュースや製品情報がその買い手会員に選択的に送られるため、彼らには特定の製品に関する情報だけが提供される。

【0030】対話式団体市場の会員にとって特に重要なのは、取引の遂行又は情報及び商品の転送が極めて容易になるように、買い手と売り手を1つの領域で引き合わせる機会が提供されることである。図4に示すように、対話式団体市場の会員は、会員同士でリアルタイムで商売を行うことができるが、その際彼らが欲しい特定の情報を求めて各会員が個々に直接接する必要はない。本発明の対話式商取引団体市場は特に、買い手と売り手会員がそれぞれの商売の関係を保護し発展できる安全な枠組みのマーケットをサポートするように設計されている。彼等にとって価値ある関連情報にアクセスすることにより、対話式商取引団体市場は、種々の形式により、例えば、オークション、及び特定の買い手と売り手の間における、また買い手が特定の売り手に見積り依頼を出して特定の製品の供給可否を照会する、固定価格、私的価格形成機構により、製品の売買をサポートする。対話式商取引団体市場におけるビジネスは、買い手が購入したい製品を特定できるが、その際購入決定プロセスにおいて雑音となる情報がフィルターにより除去されるという点で価値がある。例えば、中間加工業者である買い手会員が冷間圧延又は亜鉛メッキ鋼材でなくて熱間圧延鋼材だけをさらに加工するため購入したい場合、その買い手が特定の売り手から購入したい熱間圧延鋼材の種類だけが買い手会員の「ステージングビン」内に入れられ、これにより購入すべき製品を検討し選択することができる。

【0031】一例として、或る売り手の特定の熱間圧延鋼材の在庫が過剰であり、その情報がその特定の売り手のカタログに表示されている場合、その特定の鋼材に興味のある買い手会員へ、その鋼材が販売中であるという

通知を送ることができる。しかしながら、冷間圧延鋼材が販売中であっても、その情報は非関連情報の読み出し及び分析義務のない買い手会員には提示されない。後で詳説するように、材料のオンラインによる購入については、買い手は1つの領域でこれらの処置を協調させて、より完全な情報に基づく賢明な購入決定を行うことができる。

【0032】本発明の対話式商取引市場をさらに詳しく説明するため、金属業界、特に鉄鋼業界内におけるビジネスに力点を置く。鉄鋼業界の供給チェーンにつき述べたように、この例における売り手会員は、中間の買い手会員が購入したい原材料としての鋼材を製造する会員であり、これらの中間買い手会員は原材料鋼材を再加工して加工済み最終製品にし、この製品が最終的なエンドユーザーへ販売される。この例では、最終的なエンドユーザーは自動車に使用する打抜き加工鋼材を購入したい自動車又は家庭電化製品の製造業者であるか、又は鋼材をさらに加工して消費者に小売り販売する上層の中間加工業者であろう。これらの最終製品は、中間の再加工業者（又は買い手会員）が供給チェーンの売り手会員から鋼材を購入する際考慮しなければならない特定の仕様に依拠して製造される。再加工業者は最終製品の製造に当たり満足しなければならないある特定の仕様を有するため、鋼材を再成形し且つ／又は所望の最終製品にできるようにある特定の仕様に従って製造された原材料としてのあるいは中間の鋼材を購入する必要がある。従って、買い手会員はある特定等級の鋼材を購入したいと思うが、購入の決定を行うに当たり、全ての種類の鋼材をチェックすることが不要で、かかる特定種類の鋼材だけにアクセスできる点は、このような買い手にとって有利であろう。

【0033】金属業界の供給チェーンにおいて、買い手は、とりわけコイルの寸法、材料の化学的性質（又は組成）及び／又は厚みのような種々の特性を具備することが可能な鋼材に興味があるということがよく知られている。例えば、「原材料」としての鋼材コイルは熱間圧延プロセスで製造されるが、このコイルはその後、冷間圧延、亜鉛メッキ、スリッティング又は打抜き加工による再加工が可能である。これらの鋼材はそれぞれ特定の特性を有するため、再加工業者が特定の最終製品の製造に使用できる。原材料としての鋼材の一部は種々の異なる中間再加工業者が特定の冷間圧延製品を用いることにより異なる最終製品を製造できるという広い用途を有するが、買い手会員は、もしそのプロフィールを形成する際に特定の情報を提供していなければ、原材料となる種々の鋼材を調べて、その仕様に合致する種類の鋼材だけを選択しなければならない。

【0034】また、売り手は幅、厚み、ゲージにつき仕様の異なるこれらの鋼材を製造するが、それらは1又は2以上の場所で製造される場合がある。製造所又は製鉄

所の場所は、買い手が鋼材をその再加工工場へ運送する手だてを考慮しなければならないという点において重要なファクターである。例えば、売り手会員の工場から買い手会員の再加工工場又は打抜き加工工場への運搬手段が必要である。特定の売り手会員の製造所が買い手の工場近くにある場合、鋼材をその製造所から購入すれば運送コストを最小限に抑えることができ、有利であろう。従って、買い手と売り手は情報に基づく賢明な決定を行うに当たり多数のファクターを考慮する必要があるため、本発明の対話式商取引市場は、これら全ての情報を統合してフィルターにかけ、首尾一貫した機構内で個々の会員にそれを提示するという特異な利点を提供する。

【0035】さらに説明を続けると、金属業界の当業者にとって、売り手会員には、製鉄所の機械装置のような一般的な工場設備の供給者あるいは一般事務用品の供給者も含まれることがわかるであろう。逆に、買い手会員には事務用品の購買者が含まれるが、それらは必ずしも鋼材の買い手ではない。

【0036】鉄鋼業界内の製造業者及び加工業者の両方にとって、鋼材市場は特異な特性を有する。鋼材は、多数の製造業者が製品を供給チェーンに沿う任意レベルの多数の買い手に販売できるという点で商品であると考えることができる。しかしながら、売り手により製造される個々の鋼材は、所望の「最終」製品を製造してそれをさらに加工を施す中間加工業者に販売するかあるいは消費者市場の一般公衆に販売するためかかる仕様が必要であるという点において、上述したように特異な特性を持つ傾向がある。このため、鋼材の価格は購入決定を行うに当たり必ずしも主要なファクターでない場合がある。配送のための時間、配送コスト、地点Aから地点Bへ運送する場合のロジスティックス及び他のファクターが購入決定に影響を与える。さらに、再加工業者はその再加工品又は仕上げ済み製品をユーザーに販売するためには最終的な配送条件を満たす必要があるため、所望の最終製品を製造するための十分な時間を再加工業者に与えるには、いつ原材料となる鋼材を購入する必要があるかを決定するに当たり、それ自身の製造スケジュールを考慮しなければならない。従って、配送スケジュールは買い手が考慮しなければならない重要なファクターである。

【0037】典型的な買い手は通常、限られた数の売り手から購入するが、従来の鋼材取引では、依然として買い手が個々の売り手に接触してその条件が満足されるかをチェックする必要がある。その会員の情報又はプロフィールを個性化するに当たり、特定の買い手会員は、受け取りを希望する製品情報を有する売り手を選定するだけでなく、それら売り手が如何なる種類の鋼材の製造能力があるかを調べることができる。例えば、特定の買い手/再加工業者は、以前に選定した特定の売り手のカタログを最新式のサーチツール及び手段を用いて効率よくチェックすることにより、その売り手がその仕様

に従って鋼材を製造できるか否かを確かめることが可能であり、その後、本発明の対話式団体市場を介してそれらの売り手/製造業者にその時点においてかかる製品の在庫があるか否かを照会することができる。その後、買い手会員はこの情報をそれらの売り手から受け取って、選定した何れの売り手が所望の時間内にその製品を製造できるか否かをチェックすることが可能である。しかしながら、本発明の別の利点は、買い手が特定の製品を緊急に必要とするか、あるいは売り手が迅速に処分する必要のある過剰在庫を抱えている場合、本発明の対話式団体市場の会員は通常、その特定の情報を特別に利用できるということである。

【0038】本発明の対話式団体市場の商取引部分では、買い手と売り手はそれらの所定パラメータ又はプロフィールに従って引き合わされる。買い手と売り手は、買い手が特定の売り手に接触して、見積り依頼を出すなどしてそれらの売り手による所望製品の供給可否を照会するだけでなく、対話式団体市場で通信することにより3つの他の方式に応じて製品の売買を行うことができる。これらの取引方式は、一般的に、固定価格販売、オークション販売、及びプライベート・ビュー・プライシング(private view pricing)と呼ばれる。

【0039】対話式団体市場の商取引部分に参加するための条件として、准会員が図6に例示するように、所定の基準に従って買い手会員及び/または売り手会員としてさらに登録するのが好ましい。買い手と准会員との相違は、買い手会員だけが団体市場の売り手会員から鋼材を購入できることである。前述したように、准会員は買い手会員としての資格を求める再加工業者の購入エージェントとは対照的に、エンジニアのような、団体市場内の一般的な業界情報を検討し/又は分析しようとするだけの者である。買い手会員は、掛買い申込書を提出するかあるいは金融機関からの信用状を求めてオンライン登録するなどして、承認を受けているため、売り手会員は特定の買い手会員が中間再加工業者又は末端ユーザーの代わりに鋼材を購入するに必要な権限及び財務力を持つものと確信する。最低限では、買い手がクレジットカード機構を介して製品を購入できる場合がある。最初に、対話式団体市場において予め承認された買い手会員に限り、彼ら自身の買い手カタログを形成し且つ/又は売り手の製品カタログから購入することができる。例えば、准会員としてのみ登録され業界ビジネスの特徴を分析するだけの会員は通常、売り手の製品リストへのアクセスが認められない。これにより、本当は製品を購入する積りは無いが価格動向を調べたい者から製品に関する無意味な問い合わせが殺到して売り手が悩むことが実質的になくなる。さらに、准会員が、製品の販売を勧誘する情報をフィルターにより除去して、会員登録及び/又はプロフィールのプロセスを介して重要と思われる情報だけにアクセスできるようにする。所望であれば、准会員は

時々それらのプロフィールを修正することにより情報のフィルターをリセットして、団体市場のコンテンツデータベースから他の種類の情報を受けることが可能である。

【0040】上述した3つの異なる取引機構に加えて、資格のある買い手は、買い手と売り手の間の商取引を容易にするための「スイッチ」を利用できる。例えば、全ての買い手会員は、多数の売り手会員の全ての製品カタログへアクセスする許可を有しており、任意特定の売り手会員が任意特定の買い手会員に対して個別にその許可を与える必要はない。別の方法として、売り手は、最低信用度、過去の購入実績などのような売り手会員の或る特定の基準を満たす資格を持った買い手だけを対象とするようにしても良い。このようにすると、任意特定の買い手会員が任意特定の売り手が販売する製品にアクセスできるが、売り手により資格を与えられた買い手に限りその売り手に対して製品の注文を実際に行うことが可能である。資格を与えられた買い手だけが製品を購入できるため、買い手は特定の売り手により個別に資格を与えられていることが条件である。かくして、売り手会員は、製品の注文に応じる際、買い手会員の資格の有無を繰返しチェックする必要がある。買い手は全て特定の売り手のカタログに含まれる全製品を見ることができ（このため、買い手会員は資格を取得したいか否かを定める）、価格又は配送スケジュールのようなある特定の情報は資格のない買い手には提供されない。このため、売り手が取引したくない買い手から接触されることはない。

【0041】以前に特定の売り手が追加した資格のある買い手に限りその特定の売り手会員の製品を見て購入できるようにする、第3のスイッチが存在する。インターネットにアクセス可能な個人の数は莫大であるため、売り手が対話式団体市場の資格を有する買い手会員だけをフィルターにより抽出して受け入れることができるようにして個々のオンラインカタログが一般のインターネット大衆により過度にアクセスされるのを防止することが重要である。このフィルター又はスイッチ機構は、インターネットから対話式団体市場への間口を狭めるだけでなく、その団体内において取引をしたいと言う希望を相互に表明した買い手と売り手だけを抽出する点で有利である。例えば、売り手は対話式団体市場のコンテンツ部分を利用して特定の買い手に関する信用度に影響を与える情報を見付けることができる。このようにして、売り手はその特定の買い手／再加工業者に個々に接触し、その買い手の注文した製品を購入する能力を評価すべくその取引の見通しにつき照会することができる。売り手は、その団体内のコンテンツを用いて個々の買い手会員が資格のある買い手になれる基準を満足するか否かをチェックできる。

【0042】さらに別の例として、大部分の金属業界、

特に鉄鋼業界では、1次及び2次マーケットと呼ばれるものがある。1次マーケットは、最高品質の製品が買い手に販売され、さらに再加工されるか最終的に一般大衆に販売されるマーケットとして定義できる。2次マーケットは、スクラップ製品のような下位品質の鋼材のマーケットであり、特定の製品仕様を満足しない鋼材の再溶融及び不純物の分離を必要とする。何れの場合も、これらの製品は、売り手会員が、固定価格、オークション／競売又は私的価格により販売しようとするものである。

10 【0043】図6に示すように、例えば、買い手は対話式団体市場にログインして、前に目に留めていたような製品を購入したいと思い、その買い手会員のプロフィールに従って買い手カタログを立ち上げる。対話式団体市場は、買い手が注文した原材料である鋼材を製造可能な売り手だけをまとめて、特定の売り手会員のカタログから販売可能な適合製品のみに際立たせるように働く。買い手は、かかる鋼材を購入する必要がある時は、対話式団体市場を介してそのカタログを評価し、その特定の売り手会員が販売したい製品を検討することができる。売り手は、資格を有する買い手と売り手の間ですでに確立されたオークション、固定価格又は私的価格方式によ

20 うなそれらの製品を販売したい方式を特定することも可能である。例えば、私的価格方式では、売り手は特定の買い手に、買い手が所定の時間及び／又は価格で購入する傾向があること知っている特定の製品の在庫の有無を個々に通知する。例えば、過去の販売方式に従って、売り手／製造業者はその買い手に対して、電子メールのような手段により対話式団体市場を介して直接接触し、その買い手会員に対してのみ適用可能な特定の価格及び／又は配送条件を示して特定の割引価格又は他のさらに好ましい販売条件を申し出ることができる。

30 【0044】しかしながら、一般的な傾向として、買い手は、特定の配送条件又は他の仕様パラメータに従って必要とする製品を購入するためにそのオンラインカタログにアクセスする。このように、買い手会員が対話式団体市場に一旦ログインすると、対話式団体の商取引モジュールにアクセスする。対話式団体の商取引モジュールにアクセスすると、買い手は、必要とする特定製品を購入するために、鋼材のある特異なステージングビンを、

40 例えば鋼材のゲージ、幅、製造場所及び「原因コード」などに応じて検討する。この買い手のカタログ内で、買い手会員は、その製品が熱間圧延鋼、冷間圧延鋼あるいは亜鉛メッキ鋼のコイルであるかを問わず、その最終製品のニーズに応じて製造基準を満足する製品を選択する。買い手会員が購入対象である特定の製品を指定すると、その買い手会員は、指定したそれら特定の製品が個々にリストされているステージングビンに導かれる。

【0045】固定価格販売方式では、買い手は、その所望の原材料鋼材の売り手／製造業者として以前に指定した売り手にアクセスする。買い手会員はその後、そのス

テーシングビン内の任意特定の製品についての購入決定を、その製品の固定価格だけでなくその製品がその製造及び再加工スケジュールに従って配送可能であるか否かに応じて行うことができる。従って、買い手の特定のステーシングビンには条件をパスする製品が自動的にリストされることになり、その後購入を希望する製品を検討し選択して、その特定の売り手に対して注文を直ちに出すことができる。

【0046】一旦購入決定がなされると、買い手の実績ウィンドウをその買い手が利用できるようになるが、これは特定の売り手からのその買い手会員の購入実績だけでなく総購入価格、配送時間及びそれら材料の他の仕様を示したものである。特定の売り手への発注があると、その売り手へ通知が直ちに送られて、それら2人の会員間で売買取引がリアルタイムで開始される。買い手は、その買い手の実績を更新する必要がある時はいつも、対話式団体市場の商取引モジュール内のその特定の買い手の実績を示すウィンドウ又はページへアクセスすることが可能であり、買い手からその製品について更新したものを受け取る。例えば、売り手は、電子メールによるかあるいはその買い手の実績スクリーン内の表示によるなどして買い手にその原材料である鋼材の製造を開始したことを通告できる。また、売り手は、買い手に、その製品が買い手の仕様に従っていつ製造されたか、その原材料である鋼材を特定の買い手/再加工業者の場所に配達する特定の運送業者にいつ引き渡したかを通知できる。配送が一旦完了すると、対話式団体市場内において、買い手の銀行から売り手会員へ電子送金による支払いができる。

【0047】金属業界内には、2次マーケットと呼ぶマーケットも存在する。鉄鋼業界内では、例えば、買い手/再加工業者が、いかなる理由であれ、売り手/製造業者の製造した鋼材の引き取りを拒否することはめずらしいことではない。これは、買い手が注文をキャンセルするか、あるいは種々の理由で配達を受けることができないために起こる。売り手には対話式団体市場のコンテンツ部分を介してそれらの理由が通知されるが、例えば、買い手が労働問題、工場の稼働停止又は原材料である鋼材の引き渡しを受けられない任意の他の要因により操業停止状態にあるという通知を受けることである。あるいは、買い手が製品の引き渡しを受けてさらに点検したところ、要求した仕様を満足しないと分かったケースがある。従って、この特定の原材料である鋼材は、売り手の在庫として残ることになり、2次マーケットにおいて販売可能である。

【0048】例えば、幅48インチのコイルの品質が製造工程中か又は運送時に低下して、幅48インチの鋼材コイルとしては使用できなくなることはめずらしくない。例えば、鋼材コイルの一方または両方の側部の端部が波打った状態になることがある。この例では、ある特

定の材料仕様を満たす幅48インチの鋼材コイルが幅48インチのコイルとしては使用できない状態であるが、それでも36インチのコイルに加工することができる。一例として、そのコイルの一方の端縁部又は側部に生じた利用不可の12インチの波形端縁部を除去すると、36インチの使用可能な鋼材となる場合がある。逆に、少なくとも36インチのコイルを必要とする買い手会員が、緊急の注文に応じることができるようにするため、他の点では条件を満足する48インチの製品の購入で満足する場合がある。売り手はこの製品を48インチコイルとして買い手が使用するものとして製造したのであるが、金属業界内には36インチのコイルを購入したい買い手が存在するであろう。しかしながら、これまでの方式では、鋼材を購入する場合、特定の買い手はかかる製品の利用可能性について知ることはないであろう。これまでの鋼材販売方式では、取引が発生する唯一の様態は、売り手が買い手に対して個々にかかる製品に対する需要の有無をチェックすることである。あるいは、買い手の側から見れば、買い手が特定の鋼材を緊急に必要とする場合、個々の売り手に接触してその売り手が条件に合う鋼材を持っているか否かをチェックする必要があるであろう。本発明の対話式商取引団体市場において、鉄鋼業界は、それらの製品について買い手と売り手の両方がアクセスできる1つの場所を提供する。

【0049】売り手が1次マーケットにおいて不合格品である原材料としての鋼材を販売できない場合、その鋼材は売り手による処分が必要な「スクラップ」となるであろう。上述したように、「スクラップ」は、買い手会員がそのプロフィールを形成することにあたり選択する情報パラメータの内の1つであろう。従って、売り手は、2次マーケットにおいて、これらの鋼材を、再加工して最終製品にするだけでなく2次マーケット上の不合格品を再加工して使用可能な鋼材に再生する買い手に販売しようとする。製造されたが特定の買い手の仕様に合致しない鋼材のような2次マーケット上のかかる鋼材を売り手が販売可能として提示した後、その売り手は、対話式団体市場において可能な「オークションモジュール」を介してそれらの鋼材を販売するよう選択できる。かかる製品は常に「スクラップ」としての価値があるため、通常は最低価格と呼ぶその製品の最も低い価格を売り手会員だけが知ることができるように設定できる。売り手は、例えば、その最低価格以下の指し値を自動的に却下するよう選択できる。

【0050】例えば、買い手にその仕様を満たすことが可能な製品の需要があるが、何らかの理由により、通常の取引としてかかる製品を購入できない場合、例えば、2次マーケットから購入する場合、最初に意図された用途には使用できないがその特定の買い手のニーズに応じて使用可能である製品を、本発明の対話式商取引団体市場においてオークションモードで購入することができ

る。かかる製品は対話式団体市場において固定価格方式で購入できるが、説明のため、ここでは買い手会員がかかる製品を2次マーケットの本発明のオークション機構を介して購入すると仮定する。当業者にとっては、買い手が再加工工場において通常のビジネスの一環として使用できる鋼材を購入する際このオークション機構も利用できることがわかるであろう。

【0051】本発明のオークションモジュールの「競売に付された」鋼材に関する情報中において、個々の売り手は、個々の買い手会員に対して、以前に資格のあるものとして指定した買い手会員であることを、または特定の製品を商取引市場内の任意の買い手会員に販売する用意があることを通知できる。買い手が以前、オークションモードで競売に付された製品を見て検討できるようにそのプロフィールを設定しておれば、売り手会員が商取引モジュールのデータベースにその売り手のカタログを入力すると、それらの製品は自動的に購入可能なものとしてその買い手のカタログに提示される。買い手は、そのカタログ内の競売に付された全ての製品を見ることによって、その製品の仕様及び元の仕様を満たさなかった理由を検討することができるため、買い手は情報に基づく賢明な決定を効率よく行える。図7を参照して、例えば、買い手は、オークション機構により売り手が販売できると特定したそれらの鋼材をその買い手のカタログ内で見ることができる。買い手は、ある特定幅及びゲージの熱間圧延鋼材のような購入可能な鋼材の種類を知ることができる。その理由は、製品が波打った端縁部により、通常幅が例えば38インチであるが、30インチだけが使用可能であるということを示すものである。買い手は、そのコイルから条件に合わない端縁部を除去するか、スリッティングする再加工コストのようなファクターを勘案し、その特定の鋼材を売り手から購入する価格を提示するなどして、その製品の入札を行うことができる。指し値は売り手に提示され、売り手により設定された入札期間が終了するまでその製品の入札価格として存続する。入札期間が終了すると、売り手は何れの買い手会員がその製品を購入する機会があるかについての決定を行う。

【0052】図7は、典型的な売り手の入札情報スクリーンを示す。入札締切り期間の終わりに、売り手は、個々の買い手から提出された指し値を分析して、その製品を誰に販売するかを検討する。その製品を指し値の高いものに販売するのが必ずしも効率的且つ経済的ではなく、売り手はその製品を配送する買い手の場所のような他のファクターについても考慮したいであろう。例えば、特定の買い手が既にオークションの売り手と他の製品の購入につき同意している場合、売り手はその製品をその特定の買い手に販売した方がより効率的であろう。買い手は最も高い指し値を提示していなくても、売り手が既に他の製品をその会員へ販売することで配送の手配

をしているといったようなロジスティックスのファクターにより、その売り手がその取引を完了した方がより経済的に筋が通る場合がある。売り手は特定の買い手会員が本発明の対話式商取引団体市場を介して何れの製品を購入しているかを知るであろうから、対話式団体市場において得られる全ての情報を考慮して、提示された指し値を分析することができる。

【0053】別の方法として、売り手は最低価格以下の指し値を自動的に受け付けず、買い手がかかる指し値を入力できないように、その入札基準を決定してもよい。従って、再び図7を参照して、売り手/製造業者は特定の買い手により提示された全ての指し値を知ることができる。その売り手は、誰にその製品を販売するかにつき、情報に基づいた賢明な決定をすることが可能である。売り手が対話式商取引団体市場において販売決定を行うと、特定の買い手に対して、その製品につき正式な注文を入力して購入取引を完了できる旨の通知が送られる。それと同時に、他の買い手に対して注文に応じることができない旨の通知が送られ、この通知は買い手会員の場所にある何れかの指定されたステージングビンに提示される。さらに、特定の買い手会員により設定された買い手カレンダー内には、契約締結日が自動的にそれらの買い手に送信されるから、買い手は個々のステージングビンにアクセスすることにより特定の入札に成功したか否かを確実に知ることができる。

【0054】従って、本発明の対話式商取引団体市場は、比較的閉じた形の共通市場の個々の買い手及び売り手を引き合わせて情報に基づいた賢明な購入及び販売決定ができるようにする合理化プロセスを提供する。団体市場の会員にとって興味のあるニュースや材料の情報が特異な形で提示され、それと同時に決定の遂行及び/又は取引プロセスを遅延させるような外部的情報がフィルターにより除去される。従って、団体市場の会員には関連のビジネス情報を有する1つの情報源が利用可能となるため、各会員はその情報を保存し分析するために団体市場の多数の会員及び会員群に個々に接触する必要はない。加えて、団体市場の会員間の情報の交換は、各会員が他の会員にとって特に興味ある情報を対話形式で提供することにより容易となる。団体市場において取引は継続して行われるため、業界の傾向を突き止めることが可能であり、かかる価値ある情報はそれが特に彼らにとってそうであると以前から指定していた会員に提示することができる。従って、価格、配送スケジュール、運搬及びロジスティックスのような金属購入プロセスの全ての局面についての情報が、団体市場の会員により直ちに利用できる。さらに、この団体市場内において、買い手及び売り手は、その業界内の特定のニーズが特定されるとき、何時直接交渉した方が有利かを個々に決定できる。従って、本発明の対話式商取引団体市場は、その市場の各会員が情報に基づいたより賢明な取引の決定を行うに

する対話式団体市場の略図である。

【図5A】図5Aは、本発明の対話式の特定のモジュールに対して如何にして個々の会員がアクセスできるかを示すブロック図である。

【図５Ｂ】図５Ｂは、本発明の対話式の特定のモジュールに対して如何にして個々の会員がアクセスできるかを示すブロック図である。

【図５Ｃ】図５Ｃは、本発明の対話式の特定のモジュールに対して如何にして個々の会員がアクセスできるかを示すブロック図である。

【図6】図6は、本発明の対話式団体市場の商取引部分において買い手が購入決定をする態様を示すブロック図である。

【図7】図7は、本発明の商取引モジュールの1つの側面、すなわち封印入札オークションを示す。

【図1】図1は、典型的な金属業界の供給チェーンを表わす単純化した流れ図である。

【図2】図2は、本発明の対話式商取引団体市場の全体を示す略図である。

【図3】図3は、本発明の会員登録及び個性化プロセスを示す単純化したブロック図である。

【図4】図4は、本発明に従って個々の会員がアクセス

```

graph LR
    A[供給者 A] --> M[製造業者]
    B[供給者 B] --> M
    C[供給者 C] --> M
    M --> I1[中間業者]
    I1 --> E[末端顧客]
    I1 --> I2[中間業者]
    I1 --> I3[中間業者]
    I2 --> E
    I3 --> E
    E --> M
  
```

供給者 A

供給者 B

供給者 C

製造業者

サービスセンター

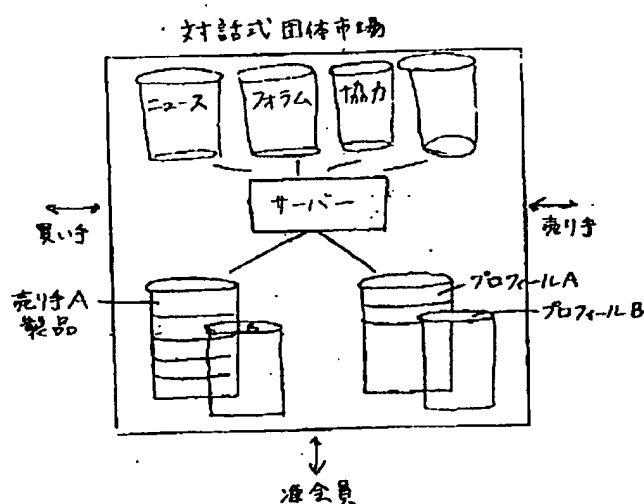
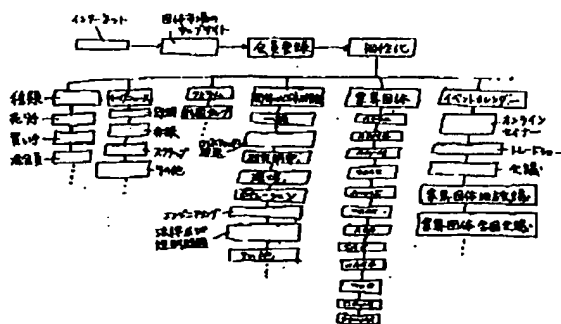
中間業者

中間業者

中間業者

末端顧客

【图4】



【図2】

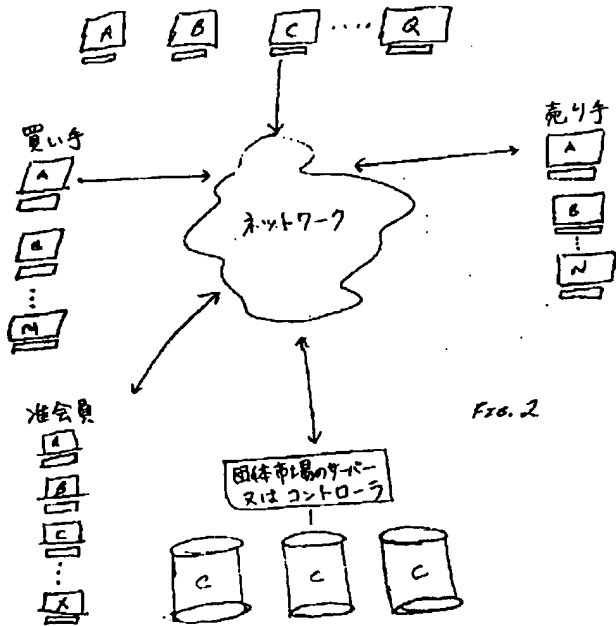
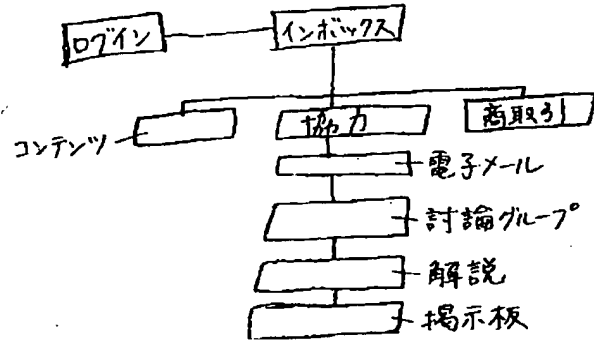
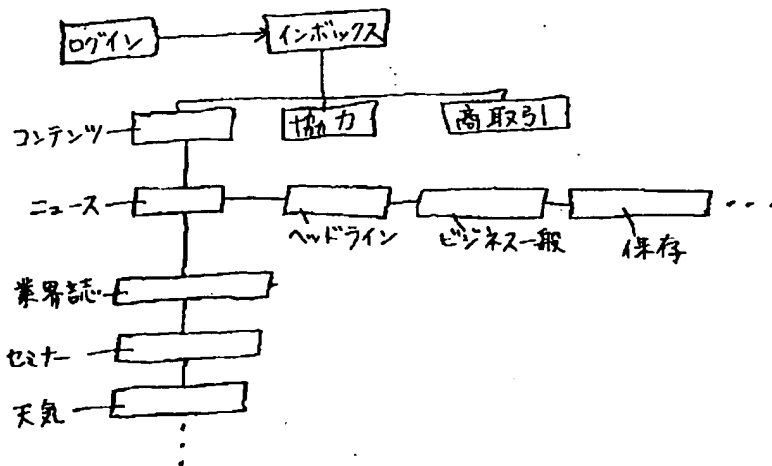


FIG. 2

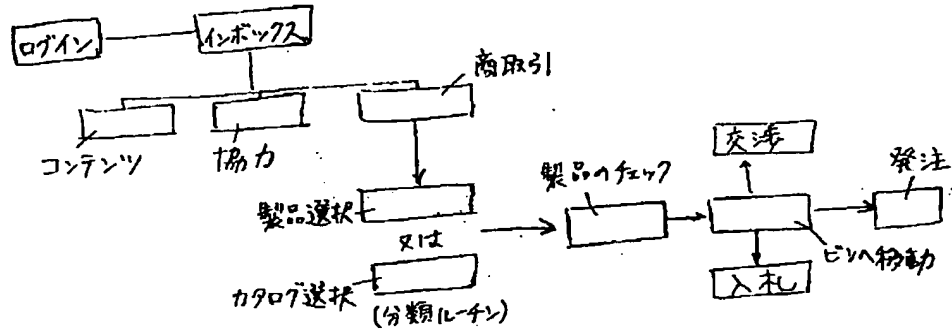
【図5B】



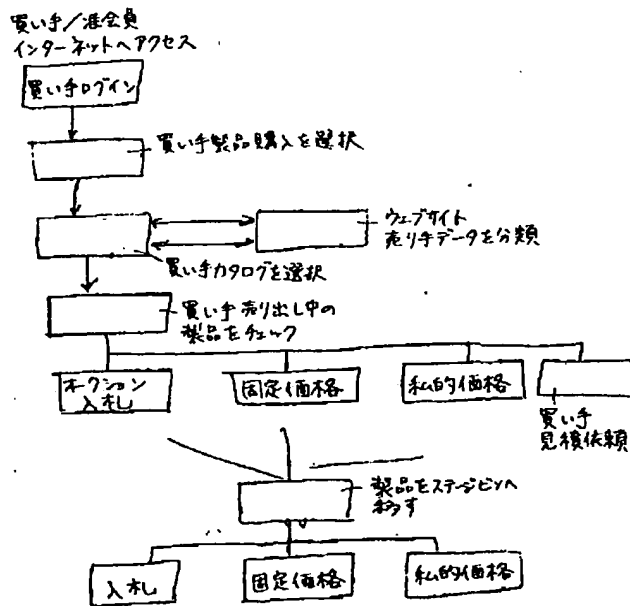
【図5A】



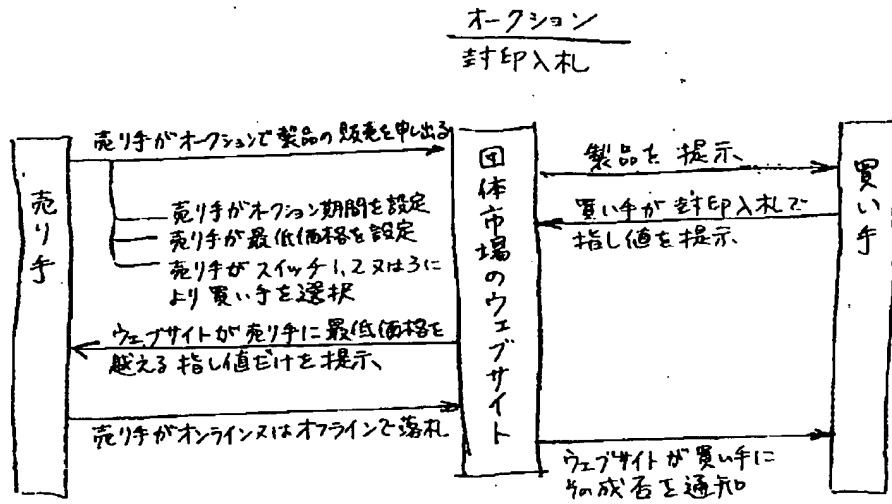
【図5C】



【図6】



【図7】



フロントページの続き

(72)発明者 クリストファー ジー ピーターズ
アメリカ合衆国 ペンシルベニア州
15090 ウエックスフォード シーズン
ズ・ドライブ 268

(72)発明者 リチャード ディー リーダーラー
アメリカ合衆国 ペンシルベニア州
15143 スウィックリー チェストナッ
ト・ドライブ 741

Fターム(参考) 5B049 AA01 AA02 BB11 CC02 CC05
CC08 DD01 EE00 FF03 GG02
GG04 GG07